

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PRODUK  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
PENGUNA *SMARTPHONE* *iPHONE***

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat Sarjana S-1 Psikologi



Oleh:

**Stevi Claudia**  
F 100 120 091

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2017**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PRODUK  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
PENGUNA *SMARTPHONE* iPHONE**

Oleh:

**Stevi Claudia**  
**F 100 120 091**

Telah disetujui untuk dipertahankan

Didepan Dewan Penguji

oleh:

Pembimbing Skripsi



**Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si.,Psi.**

Surakarta, 17 Mei 2017

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PRODUK  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
PENGUNA *SMARTPHONE* *IPHONE***

Yang Disusun oleh:

**Stevi Claudia**  
**F 100 120 091**

Telah disetujui untuk dipertahankan  
di depan dewan penguji

Pada Tanggal 24 Mei 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat :

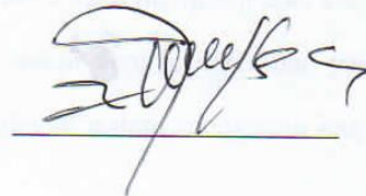
Penguji Utama

**Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si., Psi.**



Penguji Pendamping I

**Dra. Zahrotul Uyun, M.Si., Psi.**



Penguji Pendamping II

**Permata Ashfi Raihana, S.Psi., MA.**

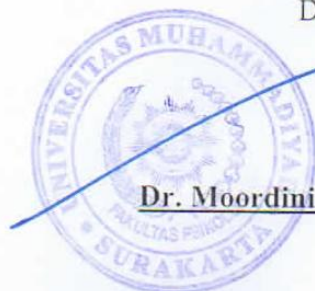


Surakarta, 24 Mei 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



  
**Dr. Moordiningsih, M.Si., Psi.**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevi Claudia

Nim : F 100 120 091

Fakultas/Jurusan : Psikologi/Psikologi Universitas Muhammadiyah  
Surakarta

Judul : Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk  
dengan Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Fakultas  
Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pengguna *Smartphone* iPhone.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendirin dan bukan merupakan skripsi dari jasa pembuatan skripsi. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi apabila plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan.

Surakarta, 17 Mei 2017

Yang Menyatakan



Stevi Claudia



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**VISI**

- Menjadi pusat pendidikan psikologi yang mengedepankan risalah islam dan budaya Indonesia

**MISI**

- Mengembangkan pendidikan psikologi ditingkat sarjana dan magister psikologi profesi
- Mengembangkan sumber daya manusia berbasis pengetahuan psikologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

**TUJUAN**

- Menjadi fakultas psikologi yang terkemuka di Indonesia
- Meningkatkan peran psikologi dalam upaya membangun kualitas mental masyarakat.

## **MOTTO**

“Apa yang kamu tabur, itulah yang kamu tuai”

(Penulis)

*“In this life we cannot always do great things. But we can do small things with great love”*

(Thomas Jefferson)

“Tetapi Aku berkata kepadamu: Kasihilah musuhmu dan berdoalah bagi mereka yang menganiaya kamu.”

(Matius 5: 44)

“Janganlah kita jemu-jemu berbuat baik, karena apabila sudah datang waktunya, kita akan menuai, jika kita tidak menjadi lemah. Karena itu, selama masih ada kesempatan bagi kita, marilah kita berbuat baik kepada semua orang, tetapi terutama kepada kawan-kawan kita seiman.”

(Galatia 6:9-10)

## PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah menganugerahkan seluruh rahmat dan kasih sayang-Nya. Hasil dari Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. **Kedua orang tua** tercinta, yang telah mendidik dan membesarkan dengan kasih sayang, selalu mendukung dan tidak pernah berhenti berdoa.
2. **Adik tersayang Steva Sabadina**, yang telah memberi semangat selama ini.
3. **Bapak Susatyo Yuwono** yang telah memberikan penulis semangat dan kepercayaan diri menyelesaikan skripsi.
4. Orang-orang yang telah memberikan dukungan, doa, dan cinta dalam hidup penulis.
5. Almamater Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan Syukur bagi Allah yang telah menganugerahkan segenap nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini melibatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Moordiningsih, M.Si., Psi. selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin penelitian bagi penulis.
2. Ibu Setia Ashanty, S.Psi., M.Si, Psi. selaku pembimbing akademik atas bantuan dan bimbingan selama penulis menjalani studi.
3. Bapak Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si., Psi. selaku selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh Staf Pengajar dan Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis demi kelancaran penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman satu perjuangan dalam penelitian skripsi bimbingan dari bapak Susatyo Yuwono: Ezha, Nurma, Yoan, Taris, Nisa & Dinda yang selalu membagi ilmu, waktu, memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.



6. Kakak-kakak tingkat tersayang Meidita, Dinda Maharani & Mas Ade, yang selalu mendukung, berbagi ilmu, tawa, canda, dan senang selama penulis mengerjakan penelitian ini.
7. Teman-teman tersayang, Rezha Restya Kusuma, Siti Nur Mardiyah, Gladis Aprilia, Ayun Octaviana, Nadia Aufa yang selalu mendukung, berbagi tawa, canda, sedih, dan senang selama penulis mengerjakan penelitian ini.
8. Teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Seluruh partisipan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan data penelitian. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa. Membalas jasa serta budi baik Bapak, Ibu, saudara, dan sahabat semua selama proses penyusunan skripsi ini.

Surakarta, 24 Mei 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....	iv
VISI DAN MISI.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	19
C. Manfaat Penelitian.....	20
BAB II LANDASAN TEORI .....	21
A. Kepuasan Konsumen.....	21
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	21
2. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen .....	25

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen....	27
B. Persepsi Terhadap Kualitas Produk.....	28
1. Pengertian Persepsi Terhadap Kualitas Produk .....	28
2. Aspek-aspek Persepsi terhadap Kualitas Produk .....	34
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi terhadap Kualitas Produk .....	37
C. Hubungan antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Pengguna iPhone .....	38
D. Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Identifikasi Variabel .....	44
B. Definisi Operasional Variabel .....	44
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	46
1. Populasi .....	46
2. Sampel .....	47
3. Teknik Pengambilan Sampling .....	47
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	48
1. Skala Kepuasan Konsumen .....	49
2. Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk .....	50
E. Validasi dan Reliabilitas Instrumen.....	51
1. Uji Validitas .....	51
2. Uji Reliabilitas.....	52
F. Metode Analisis Data .....	53

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
A.	Persiapan Penelitian .....	54
1.	Orientasi Kancan Penelitian.....	54
2.	Alat Pengumpul Data .....	54
3.	Perhitungan Validitas dan Reliabilitas .....	57
B.	Pelaksanaan Penelitian .....	60
1.	Administrasi Perizinan .....	60
2.	Penentuan Subjek Penelitian .....	60
3.	Pelaksanaan Penelitian .....	61
4.	Pelaksanaan Skoring Penelitian .....	62
C.	Hasil Analisis Data .....	62
1.	Uji Asumsi .....	62
a.	Uji Normalitas .....	62
b.	Uji Linieritas .....	63
2.	Uji Hipotesis .....	64
3.	Sumbangan Efektif.....	65
4.	Kategorisasi.....	66
D.	Pembahasan.....	67
E.	Keterbatasan Penelitian .....	73
BAB V	PENUTUP.....	74
A.	Kesimpulan .....	74
B.	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	.....	76
LAMPIRAN	.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Hasil Survei Data Awal Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.....	14
Tabel. 2.	Keterangan Favorable dan Unfavorable .....	48
Tabel. 3	Susunan Aitem Skala Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel. 4	Susunan Aitem Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	50
Tabel 5.	<i>Blue Print</i> Skala Persepsi Terhadap Kualitas Produk sebelum <i>Expert Judgement</i> .....	56
Tabel 6.	<i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen sebelum <i>Expert Judgement</i> ..	57
Tabel 7.	Sebaran Aitem Skala Persepsi Terhadap Kualitas Produk Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 8.	Sebaran Aitem Skala Kepuasan Konsumen Hasil Uji Validitas .....	58
Tabel 9.	Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 10	Hasil Uji Linieritas .....	64
Tabel 11	Kategorisasi Persepsi Terhadap Kualitas Produk.....	66
Tabel 12	Kategorisasi Kepuasan Konsumen .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik survei Change Wave tahun 2011. ....	5
Gambar 2. Survei Upstream. ....	8
Gambar 3. Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Pengguna iPhone .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Expert Judgement .....	82
Lampiran 2	Reliabelitas dan Validitas .....	85
Lampiran 3	Linearitas .....	112
Lampiran 4	Normalitas.....	117
Lampiran 5	Korelasi Produk Moment.....	119
Lampiran 6	Norma Kategorisasi .....	125
Lampiran 7	Sekala Sebelum Expert Judgement & Skala Penelitian.....	130
Lampiran 8	Kuesioner Terbuka Data Awal .....	144
Lampiran 9	Surat Penelitian.....	148

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PRODUK  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
PENGGUNA *SMARTPHONE IPHONE***

Stevi Claudia  
Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi.  
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta  
steviclaudiaa@gmail.com

**ABSTRAK**

*Smartphone* saat ini sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan masyarakat di Indonesia. iPhone merupakan salah satu merek *smartphone* yang memiliki keunggulan dan perbedaan dibandingkan dengan merek-merek yang lain. Berbagai strategi dilakukan agar iPhone mampu memimpin pasar teknologi di Indonesia dan diferensiasi produk ini diharapkan dapat memuaskan pelanggan. Adapun kepuasan itu sangat ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas yang dimiliki produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap kualitas produk dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* iPhone.

Metode menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat ukur skala yang ditujukan untuk mahasiswa Fakultas Psikologi pengguna *smartphone* iPhone di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel sebanyak 154 mahasiswa diambil secara *incidental* yaitu mereka yang ditemukan saat penelitian berlangsung. Persepsi terhadap kualitas produk dan kepuasan diukur dengan menggunakan kuesioner berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *Pearson's Product Moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi kualitas produk dengan kepuasan pengguna iPhone ( $r_s = 0,786$ ;  $p < 0,01$ ) yang sangat signifikan. Persepsi responden terhadap kualitas iPhone termasuk dalam kategori sedang (*mean* skor = 73,42; rentang skala 61,6 – 78,4) sedangkan tingkat kepuasannya juga termasuk dalam kategori sedang (*mean* skor = 86,90; rentang skala 72,6 – 92,4).

Sumbangan efektif yang diperoleh adalah sebesar 0,617% artinya kontribusi pengaruh persepsi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mahasiswa Fakultas Psikologi pengguna *smartphone* iPhone di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kesimpulan yang diambil adalah semakin baik persepsi terhadap kualitas produk maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Oleh karena itu disarankan bagi produsen *smartphone* iPhone untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar mendapat respon persepsi yang baik guna memuaskan konsumen.

Kata kunci: persepsi kualitas, kepuasan, mahasiswa, iPhone



**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION ON QUALITY  
PRODUCTS WITH CUSTOMER SATISFACTION IN STUDENTS  
FACULTY OF PSYCHOLOGY UNIVERSITY MUHAMMADIYAH  
SURAKARTA USER SMARTPHONE IPHONE**

Stevi Claudia

Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi.

Faculty of Psychology of Muhammadiyah University of Surakarta

steviclaudiaa@gmail.com

**ABSTRACT**

*Smartphone when it has been life style and needs of society in indonesia. The iphone is one of smartphone brands that has many advantages and differences compared with the other brands. Various strategy effected iphone could lead to the technology in indonesia and differentiation product is expected to satisfy customers. The satisfaction was largely determined by the customers' perception of the qualities of the product. The aim of this research is to find the correlation between perceptions of quality products with customer satisfaction iPhone users.*

*The approximation method of this research is Quantitative was conducted on students of the Faculty Psychology of iPhone users in Muhammadiyah University Surakarta. A sample of 154 students was taken incidental to those found during the study. Perception of the quality products and customer satisfaction is measured using a Likert scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data analysis technique used was Pearson's product moment correlation using SPSS 16 for Windows program.*

*The results showed that the respondents' perceptions of the quality of the iPhone including moderate (mean score = 73,42; the scale range 61,6-78,4), while the level of satisfaction as well as moderate (mean score = 86,90; the scale range 72,6-92,4). There is a positive correlation between the perception of the quality product with the iPhone user satisfaction ( $r_s = 0,786$ ;  $p < 0,01$ ).*

*The conclusion drawn was the better perception of the quality product, the higher customer satisfaction. Therefore, it is advisable for the iPhone smartphone manufacturers to continue to maintain and improve the quality of its products and services in order to get a good response in order to satisfy the perception of consumers.*

*Keywords: perceived quality, satisfaction, student, iPhone*